

DRAGONS' DEN brengt 150.000 euro op START ONLINE-COMMUNITY VOOR DE MOBIEL: **Wuzz**

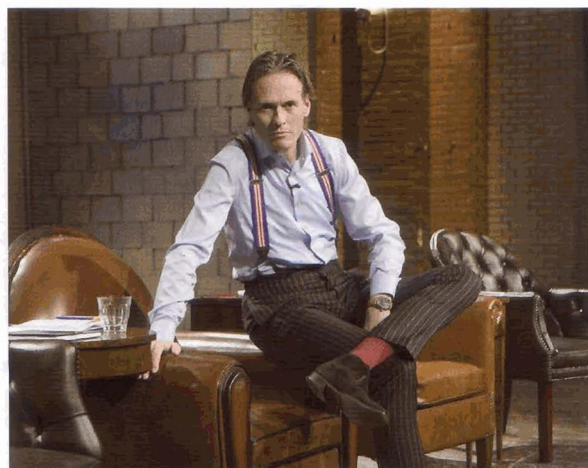
De twee jonge ondernemers hebben een idee. Een goed idee, zo blijkt, want Wuzz - een mix van user generated content, personalisatie van mobiele telefoons en communities - klopt investeerders 150.000 euro uit de zak via het voor Jort Kelder gepresenteerde tv-programma Dragons' Den. 'Over een jaar hopen we 10.000 shops te hebben, als het goed is ook in meerdere landen', zegt Louise Verschuren, één van de oprichters van Wuzz.

Veel eerder een jaar geleden begon het ondernemerschap van Louise Verschuren (28) en Brigitta Schlumpf (25), twee dames. De dames kennen elkaar al van jongs af aan. Ze waren buurmeisjes en werkten eerder samen bij Emexus, een mobiele-serviceprovider. Omdat beiden uit de mobiele wereld kwamen, lag het voor de hand daar wat mee te doen. 'We hadden veel commotie rondom mobiele diensten en wij hadden de vraag: hoe kunnen we dat niet bundelen op een manier die de macht teruglegt bij de gebruiker?' zegt Verschuren. 'Een jaar lang werd in de vrije tijd - samen met vrienden en familie - aan het concept gewerkt. Het idee: een online-community waar jongeren zelfgemaakte wallpapers en ringers kunnen kopen én verkopen. Jongeren krijgen gratis ruimte en in ruil daarvoor delen ze de opbrengsten met andere ondernemers. De naam: Wuzz.

150.000 euro

De volgende stap te maken was een investering nodig. Het tv-programma Dragons' Den kwam precies op het juiste moment. 'We konden bijna live gaan. Dat moest ook wel, want als je op televisie je idee gaat presenteren, wil je niet een ander ermee vandoor gaat', lacht Verschuren. In het tv-programma kunnen beginnende ondernemers hun idee presenteren aan vijf investeerders, in de hoop geldschietende vinden. Dat lukt lang niet altijd, maar Verschuren en Schlumpf gingen er met 150.000 euro vandoor. Schlumpf dacht: 'we doen gewoon ons verhaal. En dat viel goed: alle vijf geïnteresseerd!' Nog dezelfde dag zegden

**Groot
voordeel
van **Wuzz**
is volgens
de onder-
nemers dat
je eenmalig
iets kunt kopen**



Jort Kelder van het tv-programma Dragons' Den

de twee jonge ondernemers hun baan op. Van investeerder Henk Keilman kregen ze kantoorruimte in zijn pand aangeboden. De dames konden fulltime aan de slag.

Uniek concept

Wuzz brengt trends rondom user generated content, personalisatie van mobiele telefoons en communities samen in één online-dienst. Een soortgelijk concept bestaat - met uitzondering van het op de Amerikaanse markt gerichte Mynumo.com - niet. De site richt zich op jongeren tussen de twaalf en 24 jaar; de gemiddelde leeftijd ligt tussen zestien en zeven-

Clicks:

www.hyves.nl • www.mynumo.com
www.sugababes.nl • www.wuzz.nl

initiatiefnemers Louise Verschuren en Brigitta Schlumpf



in jaar. 'Mensen van midden twintig zijn al veel minder
gig met het kopen van ringtones. Toch willen we in de toe-
komst ook een oudere doelgroep aantrekken. Bijvoorbeeld
voor bandjes en grafisch ontwerpers te benaderen, omdat die
kwalitatief waardevol materiaal leveren.' Groot voordeel van
Wuzz is volgens de ondernemers dat je eenmalig iets kunt
open. Geen ondoorzichtige abonnementen, terwijl dat juist
in de mobiele markt veel voorkomt. En het concept slaat
aan. Na de uitzending - de site was toen nog niet live - heb-
ben duizend mensen zich voorgeregistreerd. 'Het loopt nog
ste dag op. Van die duizend mensen hebben er vierhonderd
in shop. Anderen registreren zich, kunnen vervolgens
loggen en daardoor direct dingen bestellen via de site',
verduidelijkt Verschuren.

In meerdere landen

Volgens de ondernemers is de kracht van het model dat
mensen die een shop openen er baat bij hebben dat er
mensen komen. 'Dus de jongeren gaan ook zelf promoten,
bijvoorbeeld via Hyves of Sugababes. En wij bieden tools om
mensen naar de shop te halen', vertelt Verschuren. Schlumpf
voegt aan: 'We willen binnenkort een viral-marketingcam-
paigne doen, om een sneeuwbaaleffect te creëren. Dan krijg je
bijvoorbeeld sms-credits als je iemand aanmeldt.'

Ok de site is nog volop in ontwikkeling. Verschuren: 'Over
in jaar hopen we 10.000 shops te hebben, als het goed is
ook in meerdere landen. Nu loopt alles nog via internet,
maar we willen het concept ook uitrollen naar mobiel.'
Schlumpf voegt daaraan toe: 'Er moet iedere keer iets nieuws
zijn om je shop mee te vullen. Zo hebben we op de site nu
ook een ringtonemaker in samenwerking met Magix, waar-

mee je je eigen ringtone kunt inzingen, mixen enzovoort. In
een later stadium willen we naast wallpapers en ringtones
ook video's voor de mobiel aanbieden.'

De naam

Ondertussen levert de naam Wuzz - dat staat voor wireless
buzz - nog wel wat commotie op. De Telegraaf heeft grote
plannen met de rubriek Wat U Zegt, inderdaad wuz, en was
dus niet blij met alle media-aandacht die het jonge koppel
kreeg. Schlumpf: 'Daar komen we samen wel uit.' Het is
daardoor wel mogelijk dat Wuzz.nl binnenkort een (iets)
andere naam krijgt.

Het verdienenmodel

Shopeigenaren kunnen zelf bepalen welke prijs ze voor een wallpaper of ringtone vragen op
Wuzz.nl, aldus oprichters van Wuzz Louise Verschuren en Brigitta Schlumpf. Daarbij kunnen ze
kiezen uit vijf tarieven. Dit is wat de koper betaalt via sms. Het goedkoopste tarief is 25 cent,
de 'wuzzer' houdt er dan niets aan over. Bij het hoogste tarief - 1,50 euro - verdient de wuzzer
35 cent. Verschuren: 'Meer dan de helft gaat naar de mobiele operators. Het is voor hen een
behoorlijke cashcow. Daarom kijken we nu naar andere manieren van betalen, zoals IVR, via
een 0900-nummer. Maar het gaat om microbetalingen, dan is sms toch wel de meest geac-
cepteerde vorm.' Van het deel dat overblijft gaat ongeveer de helft naar Wuzz en de helft naar
de shopeigenaar. Wuzz gaat over tot uitbetaling aan de shophouder als deze 25 euro bij elkaar
heeft gespaard. Als je daarop niet wilt wachten kun je ook direct je opgebouwde tegoeden
omzetten in sms-credits. 'Uitbetaling bij andere partijen is soms hoger, maar die hebben een
ander businessmodel. Daar moet je bijvoorbeeld zelf een site ontwerpen. Bij ons is het aan-
melden, snel erop zetten en beginnen met verkopen', verklaart Schlumpf.